2016年3月期　第2四半期決算説明資料

（2015年4月1日～2015年9月30日）

2015年11月10日
オイシックス株式会社
（証券コード：3182）

本資料は会社内容をご理解いただくための資料であり、投資勧誘を目的とするものではありません。本資料に記載された業績予想及び将来予測については、資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、正確性を保証するものではありません。実際の業績等については、本資料における将来見通しと異なる場合がございます。

2016年3月期第2四半期決算ハイライト

業績

□【15期連続過去最高売上】
・売上高　93.75億円（前年同期比　112.1%）
・営業利益　2.61億円（前年同期比　291.5%）

定期購入会員数の増加により売上12%成長
原価率・販促費のコントロール、EC以外の収益化貢献により営業利益増加

EC事業（Oisix.com)

□定期購入会員数：10.2万人
（前年同期比+1.1万人、期初比＋6.0千人）
□各種施策が計画通り進捗
・新製造工場（Oisix Dining Center）の本格稼働
・新物流センター（第2Oisix Station）の稼働開始
・KitOisix会員数の増加、スマホUIの改善

その他の事業（.com以外）

□海外事業　香港現地子会社の設立、台湾企業との事業資本提携
□店舗事業　Shop in Shopの拡大
□オイフル　オイフルMJ(マーケティングサポート）クライアントの拡大

1. 上期業績概要

2. 2016年3月期活動計画の進捗
と下期の活動計画

上期業績概要

2016年3月期上期実績

- 定期会員数の増加等により売上高約12%の成長/営業利益192%の成長
- 主力EC事業の成長とプロモーションの効率化及びEC以外事業の収益貢献化
- ヤマト運賃値上げの影響が▲0.5億あったものの営業利益は前年比＋1.7億で着地

単位:百万円	2015年3月期 上期実績	2016年3月期 上期実績	前年同期比	2016年3月期 上期予想	上期進捗率	2016年3月期 通期予想	通期進捗率
売上高	8,366	9,375	*112.1%*	9,300	*100.8%*	20,000	*46.9%*
営業利益	89	261	*291.5%*	250	*104.6%*	750	*34.9%*
経常利益	100	279	*277.9%*	260	*107.4%*	770	*36.3%*
当期純利益	55	177	*318.4%*	160	*111.2%*	480	*37.1%*

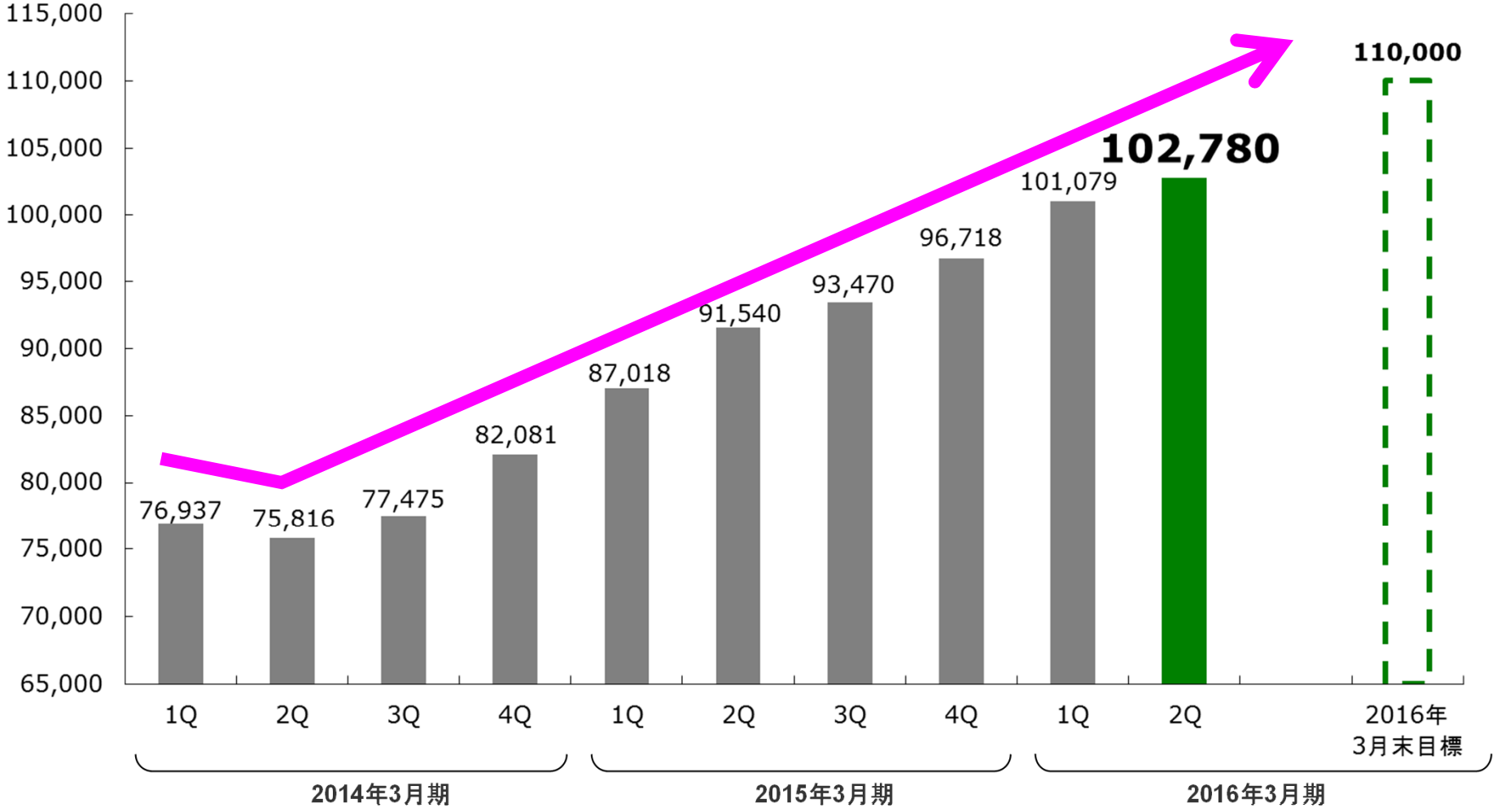
上期業績概要

2016年3月期上期実績

主要指標推移

定期購入会員数の推移

- 定期購入会員数は期初比約6000人増加し10.2万人へ成長
- KitOisixの会員数の拡大が定期購入会員数の成長へ寄与

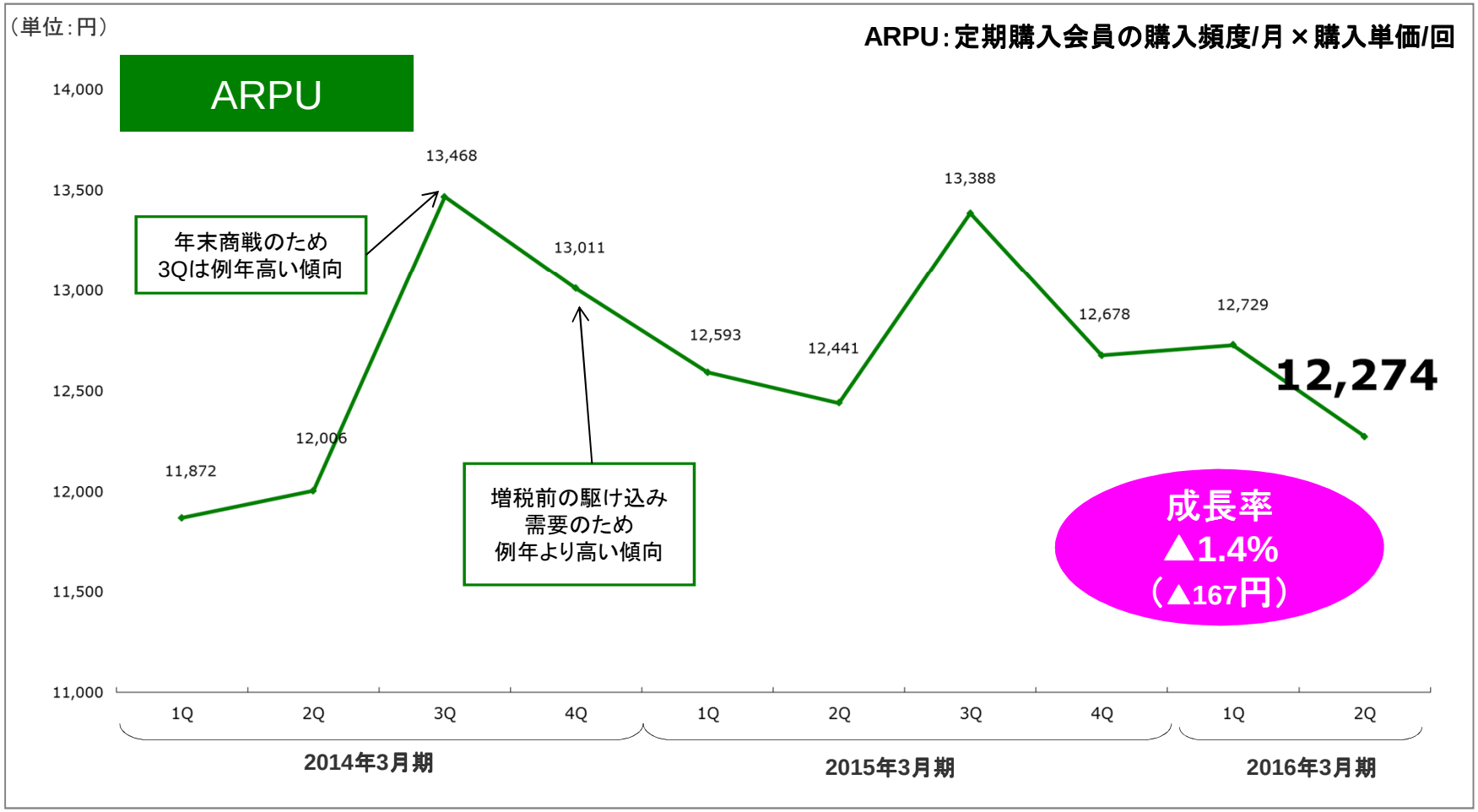


主要指標推移

ARPUの推移

※ARPU: Average Revenue Per User（会員1名あたりの月間売上高）

- お盆、シルバーウィークが2週に跨ったことによる購入頻度への影響
- PCより購入単価の低いスマホ経由の購入比率の向上による単価の低下

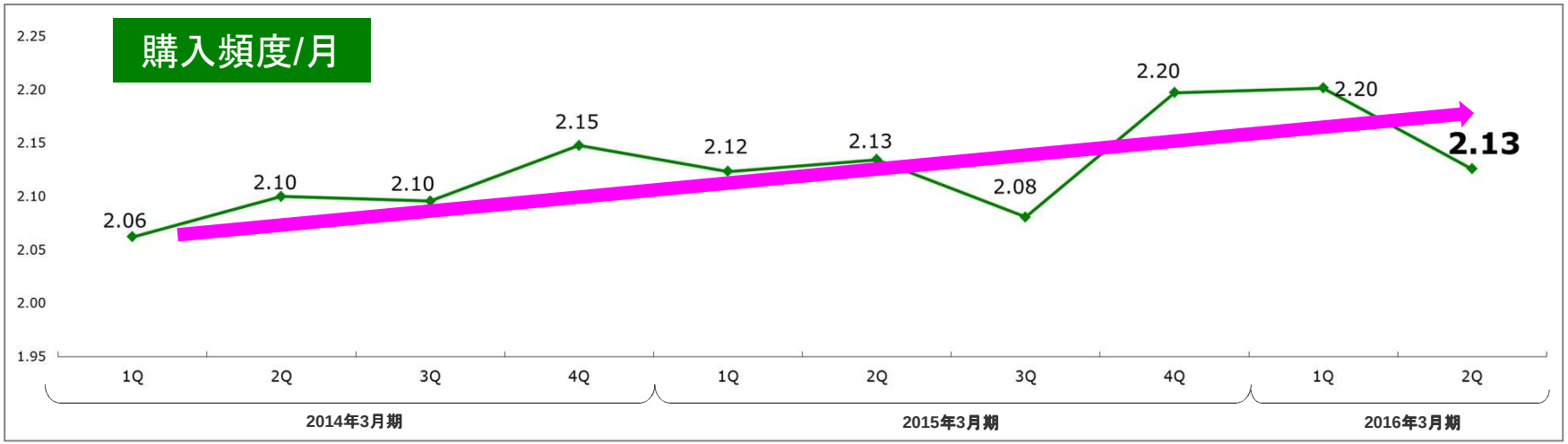


主要指標推移

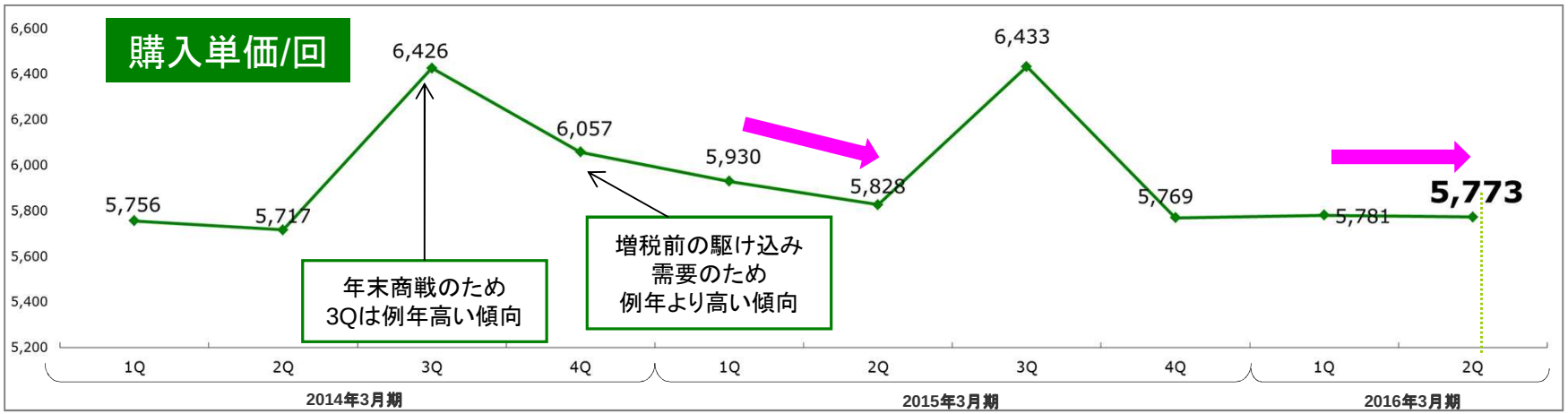
ARPUの推移

※ARPU: Average Revenue Per User（会員1名あたりの月間売上高）

- 購入頻度の高いKitOisix会員数の増加に対して、お盆・SWの影響により対前年比維持
- スマホのUI改善等により、スマホ比率向上による単価低下傾向の抑制



×



1. 上期業績概要

2. 2016年3月期活動計画の進捗と
下期の活動計画

2016年3月期活動計画概要

□主要活動方針

成長基盤の整備	①事業拡大に向けた設備投資
既存事業の成長	②主力EC事業の成長
	③EC以外事業の収益貢献化
未来に向けた活動	④フード×ヘルスケア領域の研究開始

①事業拡大に向けた設備投資

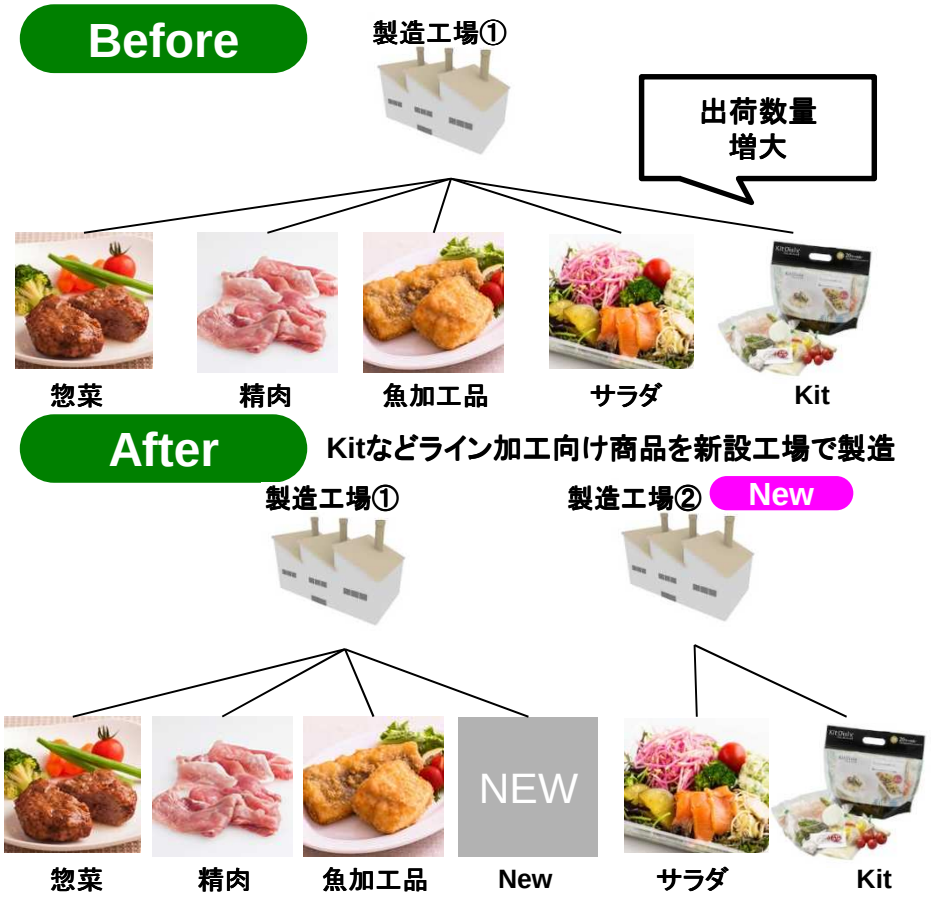
（a）製造工場の新設（Oisix Dining Center）
（b）新物流センターの稼働（第2Oisix　Station）

①事業拡大に向けた設備投資

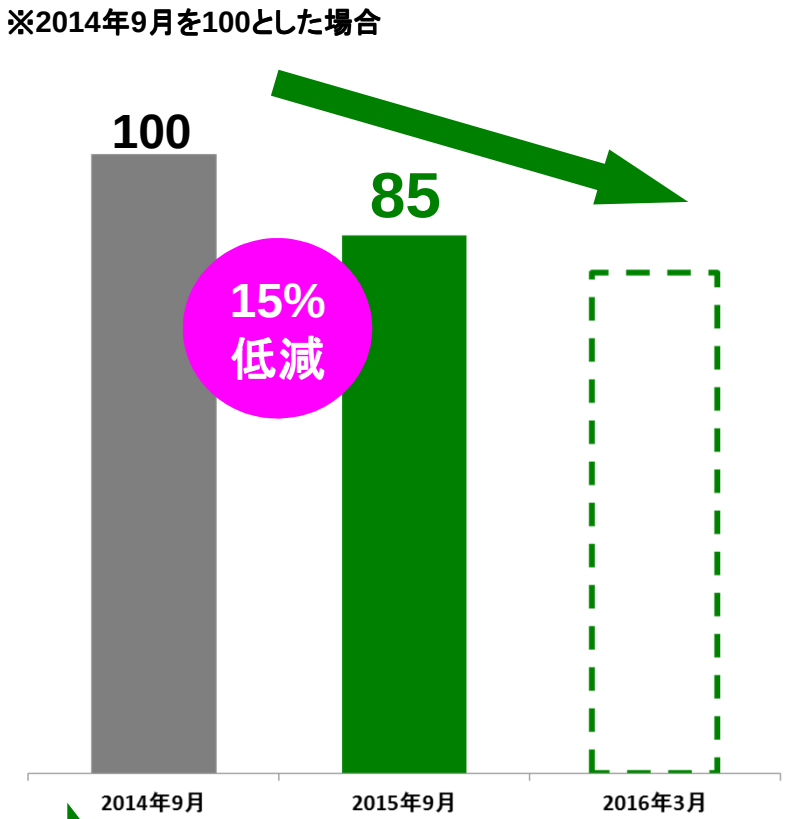
(a)製造工場の新設(Oisix Dining Center)

- KitOisixの出荷量の増加への対応(製造キャパシティが4倍に拡大)
- 7月・8月は移転に伴う支出が発生したが、9月には安定稼働及び製造の効率化によりKitOisixの原価率が低減(前年比15%低減)

□製造品目の最適化



□KitOisixの原価率の低減



年度末に向け更なる効率化を図る

①事業拡大に向けた設備投資

(b)新物流センターの稼働(第2Oisix Station)

- 9月に新物流センター(第2Oisix Station)をテスト稼働
- 増加する出荷量及び出荷形態に対応して新物流センターを11月より本稼働
- 店舗向け出荷の効率化及び自社配送網の整備等によりサービスレベルの向上

□新物流センター(第2Oisix Station)

デジタルピッキング
システム

自社便出荷用ケース

出荷前加工機械

□第2Oisix Station概要

場所:埼玉県八潮市

規模:1000坪(現在の稼働は250坪)

□期待される効果

- 店舗配送の効率化
- 自社配送網の整備によるサービスレベルの向上

□自社便サービス概要

- 置き場所指定可能により不在時でも受け取り可能
- 早朝配送により出勤前に受け取り可能
- リユース可能な保冷バックでのお届け

②主力EC事業の成長

（a）KitOisixコース会員数の拡大
（b）スマホのUI改善による購入単価の向上

②主力EC事業の成長

(a)KitOisixコース会員数の拡大(上期活動概要)

- 新製造工場の稼働により積極的なPRが可能となり、前年比約1.7万人増加
- サラダKitや常備菜Kitなど新たなプレミアム時短商品をラインナップに追加

□KitOisixとは

- Oisix基準をクリアした食材だけを使用
- 主菜と副菜を20分で調理できる
- 旬のお野菜をたっぷり使用

□新しい取り組みやイベントKitなど

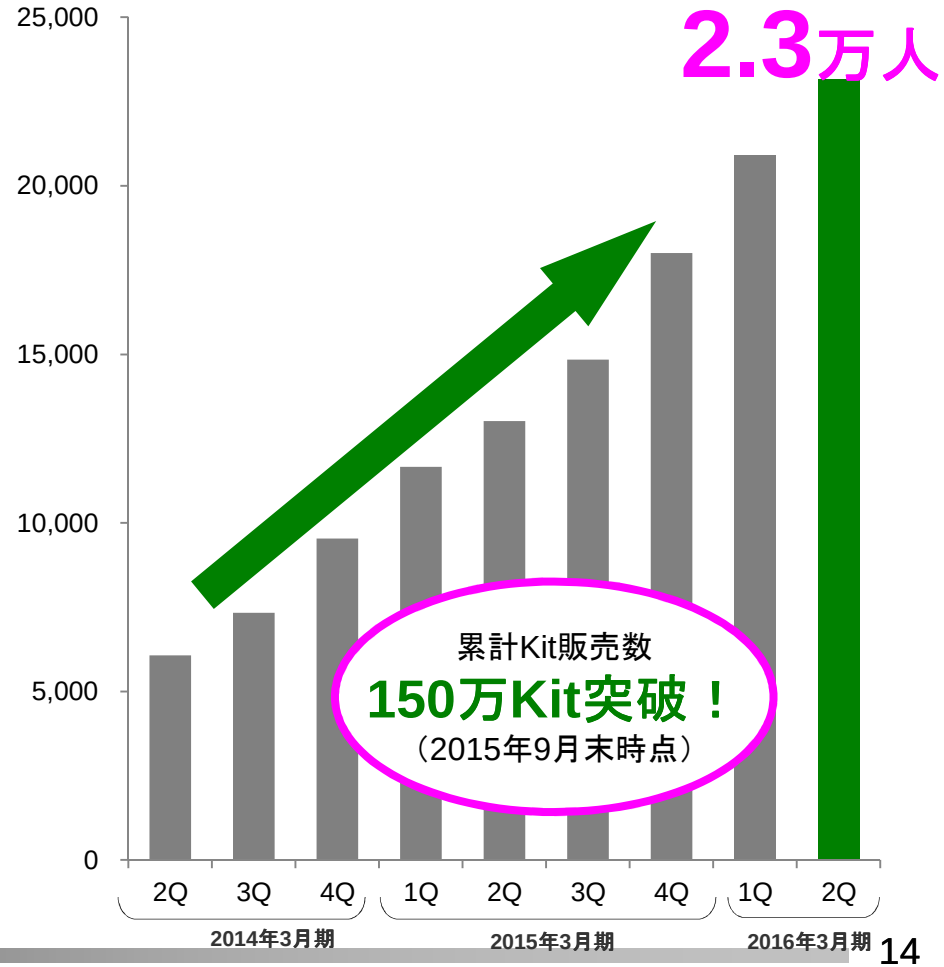
ねば～る君とのコラボ
「納豆嫌い克服Kit」

お子さまが審査員
コドモニター認定メニュー

手軽でおいしいサラダ
「サラダKit」

KitOisix関連のメディア露出:TV13件、新聞6件、雑誌2件、Web22件
合計43件

□KitOisixコース会員数の推移



②主力EC事業の成長

(a)KitOisixコース会員数の拡大(下半期活動概要)

- 子どもと一緒に作るシリーズ強化
- 鍋Kitなどメニューの充実度アップ、3人前対応メニューも強化
- 働く女性を応援する取り組み強化

□子どもと一緒に作るシリーズ

□下期の活動概要

- 賞味期限の延長化へのチャレンジ
- 鍋Kitの開発、3人前Kitなどメニューの拡大

□働く女性を応援する取り組み

womenwill | Japan by Google

・Googleが取り組む女性応援活動に賛同し、サポーター企業と連携し、働く女性を応援

macalon+

・サイバーエージェントの子会社が運営する女性支援福利厚生へのサービス提供

②主力EC事業の成長

(b)スマホのUI改善による購入単価の向上

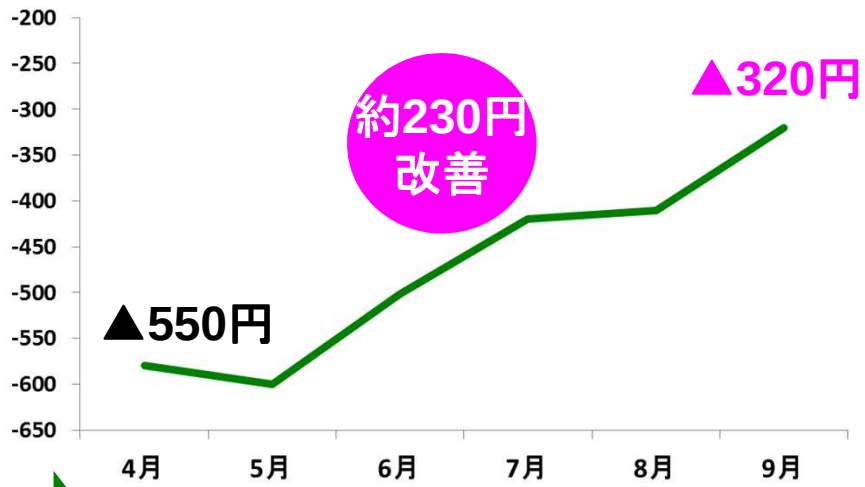
- ナビゲーションの改善等によりPCユーザーとの単価差縮小(▲550円→▲320円)
- 改善後アンケートでは「使いやすい」+「普通」が81%とお客様からも好評価

□スマホ注文画面

□主な改善ポイント

- 商品カテゴリの整備
- ナビゲーションの改善
  - ・お買い物の流れの明示
  - ・フッダーナビによる回遊促進
- キャンセル導線の短縮

□PCユーザーに対するスマホユーザーの購入単価差異の推移



➡ **継続的な改善活動の実施**

③EC以外事業の収益貢献化

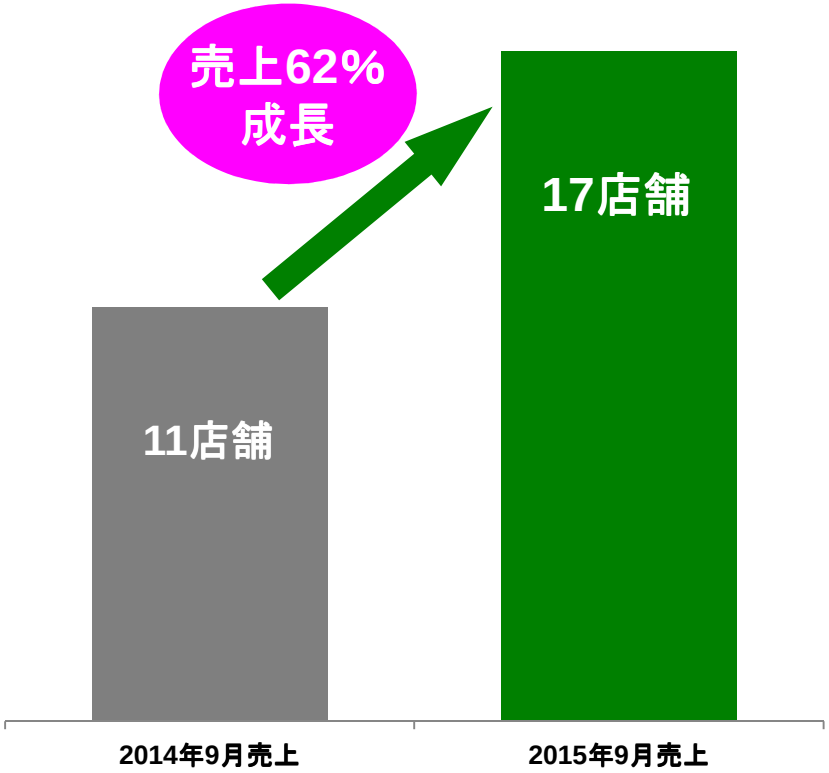
（a）店舗事業におけるShop in Shopの拡大
（b）海外事業における展開
（c）オイフル事業におけるクライアントの拡大

③EC以外事業の収益貢献化

（a）店舗事業におけるShop in Shopの拡大

- リニューアル、SV体制の構築による1店舗あたり売上の向上
- 11月10日時点で計22店舗を展開中
- 紀ノ国屋様でスタートすることにより計5スーパーでの展開

□Shop in Shop事業の売上推移



□上半期の活動概要

- 販促物、什器のリニューアル
- 売場メンテナンス体制の構築
- スーパーバイジング機能の強化

□紀ノ国屋品川店にて展開開始予定

Tokyu Store　食品スーパーマーケット QUEEN'S SETAN

味わい、いい暮し。 LIVRE KEISEI　AEON

＋

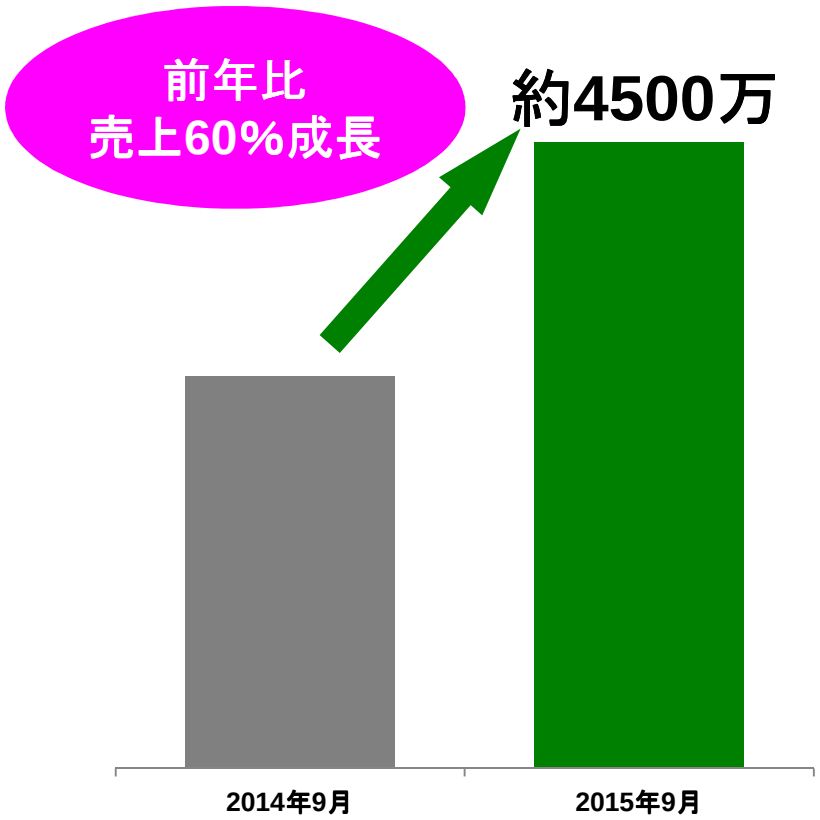
KINOKUNIYA

③EC以外事業の収益貢献化

(b)海外事業における展開【香港】

- 中秋イベント好調、定期宅配モデルの成長により過去最高売上の達成
- 香港事業の安定的な黒字化を契機に現地法人の設立(2015年10月)

□香港事業の売上・利益の成長



□中秋イベント時のサイトイメージ

③EC以外事業の収益貢献化

(b)海外事業における展開【台湾】

- 台湾の自然食品宅配企業との事業資本提携を下半期に開始予定
- 香港に続いて2か国目の東アジアでの展開の足掛かりとして活用

□台湾好農のサイトイメージ

□台湾好農運営会社社概要

設立:2011年
董事長:Bell Chiang
（元 台湾IBMグループ総経理）
董事/執行長:Maggie Chen
（台湾農業委員）
概要:台湾自然食品宅配大手

□提携概要（今年度内スタート予定）

【事業提携】
・定期宅配モデルの台湾での展開
・日本による品質管理ノウハウ（Checked by Japan）の海外でのテストマーケティング
【資本提携】
・5%程度の少額出資を検討中

③EC以外事業の収益貢献化

（c）オイフル事業における展開

- 上期は成果報酬型ECサポートオイフルMJのクライアント数の拡大と、クライアント売上向上のための体制等の構築に注力
- 今期は10社限定でオイフルMJサービスの提供を予定

□クライアント概要

- 百貨店食品通販A社
- 高付加価値食品販売B社
- インテリア販売C社
- グローバル食品メーカーD社
- 通信教育E社
- 化粧品販売F社

□主なサポート内容

会員獲得
- マーケティング戦略立案支援
- マーケティング分析
- 新規会員獲得支援

CRM
- LTV改善支援
- 単発購入から定期会員への引き上げ支援

実行力
- Webページの制作代行
- 人員の受け入れ教育

④フード×ヘルスケア領域の研究開始

（a）高栄養野菜コーナー「きくベジ」の展開
（b）フードイノベーションラボの設立

④フード×ヘルスケア領域の研究開始

(a)高栄養野菜コーナー「きくベジ」の展開

- 野菜で日本初の機能性表示食品となった子大豆もやし等を扱う「きくベジ」コーナーを5月に展開
- コーナー開始前後で売上5.7倍となった商品もありお客様に好評

□イメージ・商品

「マルチビタミンB12かいわれ」
コーナー開始前後で売上5.7倍

「サラダ冷やし中華」
「きくベジ」入りオフィスランチ

□展開の背景

- 機能性表示食品制度により、栄養や成分の優れた野菜への注目が向上
- ネット上には機能性や栄養の優れた野菜専門の売場がなかったため当社でコーナー化

※機能性表示食品制度：食品の機能性が企業等の責任に おいて科学的根拠をもとに所定の届出を行い表示ができるようになる制度（2015年4月より施行）

図１：高栄養や高機能の食品に関心がありますか？

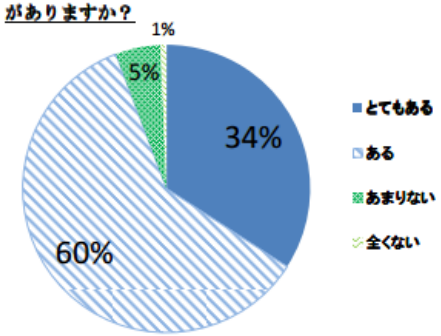
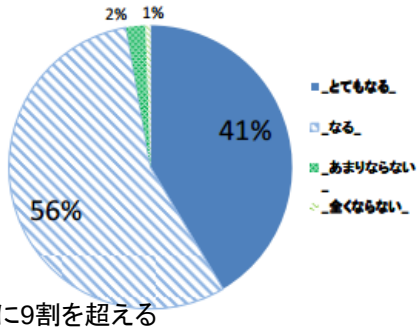


図２：高栄養や高機能の特徴が明記されていれば、購入したくなりますか？（※）



高栄養高機能食品への関心・購入意欲はともに9割を超える
※弊社アンケートより（2015年6月実施）

④フード×ヘルスケア領域の研究開始

(b)フードイノベーションラボの設立

- 当面の活動及び研究領域を決定
- 自社での技術探索、共同技術開発、及び他社との提携による活動を推進

□活動・研究領域

A.食品技術/農業技術

【ex】

農業技術

冷凍技術

B.ヘルスケア×食領域

【ex】

Vege-meat
（植物性の肉）

医者監修
ダイエット向け
食品宅配

C.未来の食ビジネス

【ex】

お買い物
代行サービス

スマート
調理家電

経営体制の強化

経営体制の強化

– 事業拡大の加速のため、外部より知見のあるメンバーの採用活動を強化
– ガバナンスの強化・柔軟な資本政策の実現のために管理体制の強化

2014年8月　元 ㈱ドクターシーラボECグループ長
西井敏恭がEC事業部に参画

2015年6月　㈱ジェイアイエヌ代表取締役社長
田中 仁を社外取締役として招聘

2015年10月 元 ㈱良品計画 Web事業部長
奥谷　孝司がEC事業部に参画

2015年11月 イー・アクセス㈱創業時メンバー
（経営管理、経理、IRを統括）の
山中　初が管理本部に参画